



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO
DISCIPLINA: MONOGRAFIA

O espaço da cultura no telejornalismo do DF

Uma análise dos telejornais locais DF TV e Cidade Viva

Henri Thiago Lima Freitas Peres

2038099/5

Brasília, Maio de 2007

Henri Thiago Lima Freitas Peres

O espaço da cultura no telejornalismo do DF

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social habilitação em Jornalismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília, orientado pelo prof. Luiz Cláudio Ferreira.

Brasília, Maio de 2007

Henri Thiago L. F. Peres

O espaço da cultura no telejornalismo do DF

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social habilitação em Jornalismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília, orientado pelo prof. Esp. Luiz Cláudio Ferreira

Banca Examinadora

Prof.: Luiz Cláudio Ferreira
Orientador

Prof.: Alexandre Humberto Rocha
Examinador

Ulisses de Freitas
Jornalista (Editor de conteúdo do site Candango)
Examinador

Brasília, Maio de 2007

RESUMO

O espaço cedido à cultura no telejornalismo diário no Distrito Federal é o foco principal desta pesquisa, foram analisados os telejornais locais DF TV (1ª edição, Rede Globo) e Cidade Viva (mesma faixa de horário, SBT). A análise consiste numa pesquisa descritiva com o objetivo de verificar o espaço aberto à cultura no telejornalismo local, durante um período de 30 dias. Será mensurado quantitativamente o espaço na programação cultural divulgada em relação aos demais assuntos abordados pelas edições, a intenção é que seja possível refletir sobre essa questão. A análise se dará sob dois aspectos: a proporção cedida à cultura nos telejornais, e a possível necessidade de se fazer uma divisão mais justa. Sondar a distribuição dos assuntos abordados na TV e analisar a qualidade dos programas, além de mapear a valorização da cultura nos telejornais locais são os métodos utilizados para que a premissa de que cultura é um assunto pouco explorado na TV local seja ou não confirmada com argumentos consistentes. Mesmo em meio às inúmeras dificuldades, esta pesquisa foi possível ser realizada.

Palavras-chave: Distrito Federal, telejornalismo, programação, cultura, divulgação.

SUMÁRIO

1	Introdução.....	6
2	O início de tudo	8
2.1	A virada	9
3	Marcos do Jornalismo Cultural.....	10
3.1	Antes da internet.....	10
4	Telejornalismo.....	12
4.1	Características do jornalismo na televisão (Extraído de “A Notícia na TV”). 13	
4.2	Cuidados com a notícia.....	14
5	Globo X SBT	15
5.1	Jornalista apaixonada por TV	16
5.2	O que é cultura para eles.....	17
5.3	Publicações de destaque	19
5.4	Apoio ao artista local X Tipo de programação	20
5.5	Tempo – Espaço – Critérios de divulgação.....	21
6	Resultados.....	22
	Conclusão.....	25
	Referências.....	26
	Anexos	Erro! Indicador não definido.
	Apêndice	26

1 Introdução

O espaço cedido à cultura no telejornalismo diário no Distrito Federal é o foco principal da presente pesquisa. Como objetos de estudo, foram analisados os telejornais locais DF TV (1ª edição, Rede Globo) e Cidade Viva (mesma faixa de horário, SBT).

A análise consiste numa pesquisa descritiva com o objetivo de verificar o espaço aberto à cultura no telejornalismo local, durante um período de 30 dias. Foram feitas gravações do DF TV e do Cidade Viva, de segunda à sexta, totalizando 30 edições de cada um. Para efeito de comparação, foi gravada uma edição de sábado do DF TV, com o propósito de avaliar se havia diferença quanto aos demais dias da semana, o mesmo não foi possível com o Cidade Viva exibido apenas de segunda à sexta.

Será mensurado quantitativamente, o espaço na programação cultural divulgada em relação aos demais assuntos abordados pelas edições.

O estudo pretende demonstrar qual é o espaço aberto ao jornalismo cultural, como essas notícias são apresentadas e priorizadas, visto que se trata de uma área do noticiário que oferece entretenimento tão necessário atualmente no caos em que se vive, em meio à corrupção, violência, entre outras barbaridades.

Levando-se em consideração que TV é algo próximo e familiar da população e que influencia quem a assiste com frequência, então, que seja uma influência benéfica, enriquecedora.

Refletir sobre essa questão é fundamental, análise sob dois aspectos: a proporção cedida à cultura nos telejornais, e a possível necessidade de se fazer uma divisão mais justa.

O principal objetivo deste trabalho é demonstrar como a cultura é apresentada pelo telejornalismo. A reboque disso, é preciso compreender as razões e motivações sócio-culturais e mercadológicas, que contribuem para a maior ou menor ordenação da programação cultural em diferentes veículos de comunicação. Para tanto foram necessárias leituras onde os autores em suas respectivas publicações abordaram os temas centrais desta pesquisa: TV, telejornalismo e cultura com total profundidade, de forma ampla e bem contextualizada, mencionando desde o princípio até os dias atuais, gerando o histórico dessa área.

Especificamente, foi preciso sondar a distribuição dos assuntos abordados na TV e analisar a qualidade dos programas, além de mapear a valorização da cultura nos telejornais locais, sobretudo nos analisados.

Como premissa, tem-se que cultura é um assunto pouco explorado na TV local pelo fato de outros assuntos como política terem maior repercussão, já que a capital federal é o próprio centro de decisões políticas.

Outro fator de estudo é que as programações seriam normalmente voltadas para os residentes do Plano Piloto, área de Brasília onde se concentram as classes média e alta.

Para obter maior embasamento, este pesquisador buscou enriquecer a análise com uma entrevista com a editora (entenda por editora a responsável pelo agendamento para a opinião pública que seleciona os assuntos que serão notícia e a abordagem dada a eles) de Cultura, mais precisamente do quadro “Diversão e Arte” do DF TV. A entrevistada se mostrou solícita desde o primeiro contato, ao marcar a entrevista e em receber o pesquisador na emissora e responder aos questionamentos a ela apresentados com a maior desenvoltura e na intenção de colaborar ao máximo.

O mesmo não aconteceu com o SBT. A produção do Cidade Viva reagiu de forma totalmente oposta à forma do DF TV. Ao conseguir contato na emissora, o que foi muito mais trabalhoso, ao contrário da Globo, Joyce Pires, produtora do telejornal, não se mostrou tão aberta a receber o pesquisador.

Assim que tomou conhecimento do assunto pesquisado, sem demora, já falou a respeito. Diante da superficialidade da conversa, este pesquisador propôs uma conversa mais formal, pessoalmente como no outro caso.

Antes que questionasse o tempo estimado da entrevista, já foi apresentada uma prévia para que ela estivesse ciente do tempo máximo que seria tomado. De 15 a 30 minutos. Sem titubear, ela disse ser muito tempo, para ela que fica sozinha na redação, parar tudo mesmo que fosse o tempo mínimo.

Dada a ela, uma outra alternativa, aceitou, porém não cumpriu o combinado que era responder ao questionário criado para esclarecer todo esse meio cultural, via e-mail. Devido a isso, apenas nesse quesito não foi possível a comparação.

2 O início de tudo

Não é possível determinar quando se deu o nascimento do jornalismo cultural, que para Isabel Swan, no livro “1000 Perguntas” de Felipe Pena, nada mais é que um reflexo da criação cultural e um tipo de criação cultural ao mesmo tempo, onde o jornalista ao produzir um texto sobre jornalismo cultural, ele produz cultura, mas um dos marcos ocorreu em 1711 quando dois ensaístas ingleses, Richard Steele e Joseph Addison fundaram a revista *The Spectator*. Englobava: livros, óperas, costumes, festivais de música e teatro.

O texto de jornalismo cultural difere dos demais, pois a estrutura dele se constrói fundamentalmente na crítica. O primeiro grande crítico cultural foi Dr. Johnson e na Alemanha, o equivalente de Diderot e Johnson no século XVIII foi G.E. Lessing, famoso como crítico de teatro, literatura e pintura na capital. O jornalismo cultural foi se tornar influente no Brasil no final do século XIX. Surgia Machado de Assis, na época crítico de teatro e polemista literário, de acordo com “Jornalismo Cultural”, de Daniel Piza.(2003,p.15).

Ainda segundo Piza, o Caderno B se tornou o precursor do moderno jornalismo cultural brasileiro, com crônicas de Clarice Lispector e crítica de teatro de Bárbara Heliodora. Sem deixar de mencionar a revista *O Cruzeiro* que teve como colaborador Mário de Andrade. Uma publicação moderna, que marcou época e contribuiu muito para a cultura brasileira.

O autor destaca que a década de 60 foi a época onde o jornalismo cultural brasileiro atingiu seu auge, mas somente nos anos 80 que os dois principais jornais paulistas, a *Folha de S.Paulo* e o centenário *O Estado de S. Paulo*, criaram seus cadernos culturais diários (*Ilustrada* e *Caderno 2* – em cujas contracapas Paulo Francis teve sua coluna).

No mesmo livro também é mencionado que o jornalismo cultural não é mais o mesmo, fato curioso é a popularidade das seções culturais dos grandes jornais, uma vez que é uma área ainda pouco valorizada. Quem ganha com isso são os jovens, pois ter acesso a esse tipo de leitura é um estímulo para não só ser uma simples leitura, mas se tornar a profissão deles.

Piza diz também que a realidade do jornalismo cultural não é algo que se queira atingir, pelo contrário, está muito aquém. É visto como algo secundário, não é dado o devido o valor, chega-se ao ponto de ser comparado a um objeto decorativo.

O autor ainda fala sobre influências e enfoques que o jornalismo cultural seguiu: havia o jornalismo cultural dedicado à avaliação de idéias, valores e artes que teve início após o Renascimento.

Dr. Johnson foi o primeiro grande crítico cultural, o homem considerado o mais lido e temido do seu tempo. No mesmo século, o jornalismo cultural adquiriu influência nos EUA e no Brasil. Sendo que no Brasil só ganharia força no final do século. Na época, muitos escritores brasileiros passaram pelo jornalismo cultural (Daniel Piza: 2003, p.15)

2.1 A virada

Autores consultados para esta pesquisa dizem que até a virada do século o noticiário escasso, era uma característica do jornalismo, além de debate sobre livros e artes.

Um grande salto que o jornalismo cultural deu, segundo o autor do livro de mesmo nome, foi a partir do momento que ele valorizou mais a reportagem, o relato de fatos. Complementando a descoberta da reportagem, também inclui-se a entrevista e uma crítica de arte mais breve e participante.

Ele destaca que as revistas são fundamentais para o jornalismo cultural. Eram incluídas na categoria de tablóides literários semanais ou quinzenais. Revistas contendo ensaios, resenhas, críticas, reportagens, perfis, entrevistas, contos e poemas, era algo marcante e em larga escala. A produção para revistas ensaísticas era intensa, na Itália, pelos críticos de arte e arquitetura como Giulio Carlo Argan e Roberto Longhi.

Ainda diz que o jornalismo cultural é levado mais a sério na Europa pela grande imprensa, considerando o ângulo da análise. Livros contendo coletâneas de ensaios e críticas tiveram grande destaque nesse meio. A história cultural em si conquista cada vez mais seu espaço.

3 Marcos do Jornalismo Cultural

Edmund Wilson se tornou mais um modelo de jornalismo cultural moderno. Era um orgulho para ele ser um jornalista cultural. Foi estrela da revista New Yorker, nos anos 40 e 50, publicação fundamental para o jornalismo cultural do século XX. Já na década de 50, um crítico cultural brasileiro de destaque é: Otto Maria Carpeaux. Nomes mais contemporâneos também fazem parte dessa lista como: Sergio Augusto e Ruy Castro, Elio Gaspari e ainda uma das inspirações para esta pesquisa, Daniel Piza que declarou em seu livro, utilizado para o aprofundamento no assunto que fazer jornalismo na área de cultura é uma das possibilidades mais fascinantes da profissão. “Quem não gostaria de passar a vida em contato com o melhor da arte e ainda ser pago para isso? Por trás de tanto glamour, no entanto, há dedicação equivalente à de qualquer outra área do jornalismo.”

As análises de obras se tornam mais contextualizadas nos jornais e revistas, isso se deve também à dificuldade de se viver de literatura no Brasil.

Uma publicação moderna, que não pode deixar de ser citada quando se trata de jornalismo cultural, é a revista O Cruzeiro que nos anos 30 e 40 foi considerada a revista mais importante do Brasil, pois era capaz de englobar todos os tipos de público. Contrapondo ao universo das revistas, há a internet que tem os prós e os contras nessa área cultural, pois ao mesmo tempo em que não temos mais o contato físico com a revista em papel, a versão on-line tem um ganho considerável, devido a algo que se não fosse esse meio, não haveria: interatividade. (Daniel Piza: 2003, p.32)

3.1 Antes da internet...

Para o jornalista iniciante é importante saber alguns princípios do veículo que trabalha, nesse caso a TV. Coisas simples como: a imagem da televisão se dá a partir de linhas horizontais que aparecem no receptor em rápidas sucessões. Do número de linhas é obtida resolução inferior ou superior.

Clareza na mensagem transmitida ao público é fundamental, do contrário resultará no fracasso como repórter de televisão.

Além de clareza, o público também anseia, por: precisão, simplicidade e neutralidade sempre, afirmou Yvor Yorke em Jornalismo Diante das Câmeras e ainda

completa dizendo que ser fiel aos fatos não significa ser neutro e cita o racismo como exemplo: os fatos são apresentados, mas isso não anula a posição do profissional como ser humano, quanto a essa e outras questões.

Mesmo com o crescimento dos telejornais especializados, os de abrangência geral ainda ocupam maior espaço, acrescenta Yvor Yorke.

Já Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima mostram em “Manual de Telejornalismo” que a TV está envolta nas transformações sociais do início do século XXI e mesmo que sofra influências, contribui com elas. É um veículo que teve grande destaque no século XX e no atual a promessa é que isso se mantenha, pois é o que a sociedade mais procura. A dimensão do impacto sofrido se deve por se tratar de um grande fenômeno de massa. O discurso e a palavra é o básico do jornalismo na TV.

A marca do jornal impresso é a impessoalidade, já na TV ocorre o oposto: ela cria personagens como os repórteres, apresentadores, comentaristas, âncoras, testemunhas, entrevistados.

O compromisso do jornalista é com a notícia, há a busca da verdade baseado numa investigação isenta (em anexo das páginas 30 a 35 direitos e deveres do jornalista, direito à informação no Brasil e o Código de Ética da profissão esclarecendo as competências de um bom profissional, além da relação profissional - público).

4 Telejornalismo

Segundo artigo online, o primeiro jornal de sucesso da televisão brasileira foi o Repórter Esso, da TV Tupi. Entre 1953 e 1970 foi o tempo que ficou no ar. Era apresentado por dois destaques do rádio: Kalil Filho e, depois, Gontijo Teodoro.

Mas no final da década de 60, as inovações tecnológicas dos Estados Unidos, entraram no telejornalismo brasileiro e o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, criado por Armando Nogueira, estreou em 1º de Setembro de 1969. A partir daí alcançou a liderança na audiência e se transformou num referencial da imprensa nacional. Foi o primeiro a apresentar reportagens em cores, e reportagens internacionais via satélite com instantaneidade. Usam os telejornais americanos como modelo quanto a estilo de linguagem, narrativa, figura do repórter, formato.

Em 1977 a Globo São Paulo colocou no ar um jornal de serviço: Bom Dia São Paulo, que até hoje é exibido de segunda a sexta, às 7h da manhã. Foi o primeiro a usar a UPJ (Unidade Portátil de Jornalismo) com entradas ao vivo dos repórteres de vários pontos da cidade, transmitindo informações de serviço como tempo, trânsito, movimentação da cidade, aeroporto: o que é mantido nos dias atuais. O sucesso originou o Bom Dia Brasil, em 1983, exibido logo após o “Bom Dia” local, com o noticiário político direto em Brasília.

Destaque também para o TJ Brasil, lançado em 04.09.1988, no SBT (de Silvio Santos). A inspiração quanto ao formato também foi o americano. Inovou com a figura do âncora Boris Casoy, que ao deixar o jornal impresso conquistou espaço e público na TV. Em meados de 1997 Casoy foi para a TV Record.

No ano em que Casoy trocava de emissora a televisão brasileira ganhava mais um representante do telejornalismo com grande importância, o Jornal da Band, as influências americanas ainda presentes, apresentado por Paulo Henrique Amorim. Característica marcante do jornalista é o estilo forte e opinativo, com informações exclusivas e ao vivo.

4.1 Características do jornalismo na televisão (Extraído de “A Notícia na TV”).

- **Ideologia:** Toda informação serve a alguém ou a uma idéia, não há notícia “neutra”. O jornalismo tem ideologia.
- **Simplificação:** Maneira de reduzir a realidade nos aspectos mais visíveis e superficiais. O jornalismo de imagens só identifica o fato quando ele se transforma em vídeo. Simplifica de forma rude a história.
- **Fragmentação:** Quando a seleção de imagens espetaculares é o foco de uma reportagem, o resultado desse material selecionado é um clipe jornalístico.
- **Banalização:** Tratado de forma reduzida e superficial aos aspectos mais triviais, um acontecimento se torna parte de um grupo de notícias que tem os mesmos elementos básicos ou que acaba de acontecer e já está no rol de fatos já conhecidos. O jornalismo é a novidade e a notícia perecível.
- **Imediatismo:** A resposta de bate - pronto estimula a reprodução de modelos preestabelecidos. Há pouco espaço para a reflexão no imediatismo e as decisões mecanizadas ganham força.
- **Urgência:** A urgência é o básico do imediatismo; a maneira como é feita a avaliação dos acontecimentos. Ela transtorna a hierarquia dos fatos em busca do AGORA. O tempo para análise da dimensão e importância de um evento é limitado.
- **A imagem:** O jornalismo de televisão fortalece um clichê cada vez mais difundido: o império de imagem. A TV precisa da imagem, mas precisa mais da palavra. É a palavra que traduz e dá dimensão ao vídeo. A imagem é a aparência do fato, mas não é o fato.

4.2 Cuidados com a notícia

Com base nas leituras de autores da área é possível dizer que a comunicação pela TV exige o instantâneo. A compreensão dos fatos tem que ser no ato por não haver a possibilidade do espectador interromper o jornalista no momento da notícia para esclarecimentos.

Para as entrevistas na forma de pergunta e resposta, “pingue-pongue”, o jornalista tem de estar bem preparado, não pedir dados fáceis de se conseguir numa simples pesquisa e, principalmente, evitar as perguntas fúteis

As notícias devem ser passadas de forma direta para evitar erros. Outra fórmula no combate ao erro é escrever como se fala e pensar antes de escrever. Pensar em voz alta.

É necessário uma análise de todo o material disponível, após esse processo escreve-se o texto, pois a imagem que deve ser compatível ao texto e não o oposto, encerra.

Quanto à pontuação é recomendável que seja utilizada a técnica espanhola de acentuar as frases no início para não haver falhas na entonação quando lidas na TV. O tamanho das frases também requer atenção: quanto mais curtas melhor, com linguagem coloquial. Ainda é recomendável evitar palavras com a mesma terminação para não soar desagradável aos ouvidos. Sem contar os cacófatos tais como: confisca gado, marca gol e por cada. Substitua sempre que possível por sinônimos (Manual de Telejornalismo – Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima).

E prezando a força do texto, a atenção deve ser redobrada quanto aos gerúndios que além de enfraquecer os textos, fazem deles mais longos.

Por fim não se pode deixar de citar que uma boa apuração é composta de alguns elementos, tais como: **agenda telefônica, catálogos/listas telefônicas, almanaques do ano, rádio, rádio-escuta, agências e internet** (Notícia na TV – Olga Curado).

5 Globo X SBT

Enquanto a produção do DF TV concedeu uma entrevista com todas as informações desejadas e inclusive foi além (visita à redação; espaço onde os artistas que não tem material de divulgação, produzem na emissora; e ao estúdio do jornalístico), tudo isso não foi possível no Cidade Viva.

Este pesquisador esperava se surpreender em algum momento do processo de pesquisa, mas a surpresa veio de um lado inesperado. Muitos ao tratar das emissoras em questão, poderiam prever se houvesse problemas seria com a Globo. Essa inversão foi benéfica para acabar com o mito de que a Globo é inatingível. Pelo contrário, ela se mostrou ao alcance de todos aqueles que se interessarem pelo trabalho que ela desempenha.

Os dados obtidos no SBT, em conversa rápida por telefone foram que não há um responsável por cultura no telejornal pelo fato de não ser o foco do jornalístico. A produtora do Cidade Viva, Joyce Pires, frisa que é priorizado o factual como pauta primária

Cultura geralmente ganha espaço às sextas-feiras com entrevistas. Nos demais dias o que houver de pauta cultural foi por falta de notícias e houve a necessidade de preencher aquele espaço.

5.1 Jornalista apaixonada por TV

Márcia Witzak é gaúcha de Santo Ângelo, mas cresceu em Brasília. Em 1995 formou-se em Comunicação Social pela UnB. Passou pela TV Brasília e TV Bandeirantes antes de se juntar ao time de repórteres do DFTV. Apaixonada por jornalismo comunitário, em 98 mudou-se para a Europa para fazer estágio em uma televisão comunitária, a No Télé em Turnay na Bélgica.

Voltou para a Globo com um projeto para o programa Globo Comunidade. Márcia queria um espaço para aproximar o público da televisão. Um programa temático com mais tempo para entrevistas e sempre com a participação das comunidades interessadas. Desde 2000, produz, edita e apresenta o Globo Comunidade, programa que vai ao ar sempre aos domingos, às 07h00.

No segundo semestre de 2002, quando nasceu Isadora, sua primeira filha, Márcia fez uma pausa. De volta da licença maternidade, além de continuar na edição do Globo Comunidade, aceitou outro desafio: editar e apresentar a Nova Agenda Cultural do DFTV.

No ar desde maio de 2003, a Agenda Cultural é um espaço democrático, gratuito e diversificado. Todos os artistas do DF, e também os de fora, têm um local garantido para divulgar seus trabalhos. A Agenda vai ao ar às quartas, quintas, sextas e também aos sábados (Site DF TV).

5.2 O que é cultura para eles

De acordo com as leituras feitas, é possível afirmar que o empobrecimento técnico do jornalismo cultural é resultado da banalização do alcance que é capaz de atingir. Tratamento diferenciado é regra importante e esse tipo de abordagem não pode ser descrito como fácil e simples. Aspectos a serem analisados: entretenimento versus erudição, nacional versus internacional, regional versus central, jornalista versus acadêmico, reportagem versus crítica. É necessário que no jornalismo haja dosagem, temas ditos eruditos podem ser tratados com leveza, sem populismo; e temas ditos de entretenimento podem ser tratados com sutileza, sem elitismo, ou seja, é possível falar de tudo, o determinante é a forma de transmitir isso ao público. Quando se trata de TV essa responsabilidade é maior por estar imagem, expressão, voz, tudo isso interligado, ao mesmo tempo em que esses elementos servem de facilitador para o cumprimento desse critério. Márcia Witczak pode confirmar isso.

Em entrevista a este pesquisador, a editora da Agenda Cultural (Diversão & Arte) do telejornal diário DF TV da Rede Globo (em anexo na página 43, é ilustrado um script de uma edição do telejornal, onde não é encontrada nenhuma referência cultural), diz que um dos critérios de seleção de material é se tratar, sobretudo de música, teatro e dança. Independe o estilo, se erudito, entretenimento, ou outro qualquer.

Confusões como a ocorrida em 1996, na Secretaria Municipal de Cultura de Belo Horizonte que fez uma ampla pesquisa sobre hábitos e valores culturais na cidade e obteve um dos resultados bem curiosos à pergunta: “Um filme de Steven Spielberg é cultura?” e a resposta para mais de dois terços dos entrevistados, foi negativa, não pode existir, pois é claro que um filme desses é cultura, pois lida com signos e valores. Conclui-se que as pessoas associam “cultura” a algo inatingível, exclusivo dos que lêem muitos livros, acumularam muitas informações, segundo consta no livro “Jornalismo Cultural”.

Os motivos que levam as pessoas menos instruídas a terem medo da cultura, até certo ponto é positivo que elas a vejam como algo que exige esforço, estudo, leitura, afirma Daniel

O padrão das colunas sofreu uma queda. Autores apontam os motivos: um deles é devido à entrega cada vez maior a “personalidades” que se destacam mais por seu nome que por seu texto.

Falando em personalidades, elas geram comodismo: aniversários de nascimento e morte de artistas e escritores importantes é uma tática muito usada quando se quer preencher facilmente páginas com nomes consagrados, resumindo suas vidas e obras. Nota-se a falta de ineditismo, de novidade nesse tipo de prática.

Outro motivo: o escritor profissional, quando faz coluna para a grande imprensa, insiste em ignorar a cultura e os livros, filmes, discos e exposições; e as idéias em debate chegam à beira do esquecimento. Eles optam pela impressão imediata sobre fatos corriqueiros ou assuntos da semana.

Bom crítico deve ter boa formação cultural, conhecendo bem não só o setor que cobre, mas também outros setores, pois cultura é ampliar horizontes, declaram diversos autores.

Segundo Daniel Piza, o jornalismo cultural dedicado à avaliação de idéias, valores e artes, é produto de uma era que se inicia depois do Renascimento.

Há dois destaques no jornalismo cultural brasileiro que são mestres em apresentar opinativamente um tema ao leitor: os autores Sergio Augusto e Ruy Castro. Quando eles escrevem sobre um livro que saiu, um disco que marcou época ou um clássico do cinema que foi relançado o leitor ganha muitas informações devidamente contextualizadas, diz Piza.

O autor ainda destaca que se os segundos cadernos se voltassem mais ao factual e não ficasse preso apenas à agenda, o jornalista cultural não teria a imagem de não gostar de notícia. E que enquanto o jornalismo cultural brasileiro não reconquistar uma qualidade perdida, com avanços, ele deixa de contribuir na formação das pessoas. Afirmar que o jornalismo cultural deve orientar e incomodar ao mesmo tempo, trazer novos ângulos para a mentalidade do público.

Cita ainda, que na Europa o jornalismo cultural é visto com seriedade pela grande imprensa, sobretudo pelo ângulo da análise. Os livros são alvos constantes do jornalismo cultural. Coletâneas de ensaios, críticas e projetos de reportagem feitos diretamente para livros é algo muito comum.

5.3 Publicações de destaque

O caderno Fim de Semana a partir de dezembro de 1995, embora fosse parte de um jornal especializado em economia, com 120 mil exemplares, serviu como prova de que é possível fazer bom jornalismo cultural.

A Bravo! também é uma publicação que quer comunicar o prazer da cultura, pela qualidade dos textos, e pela produção visual. Levou um tempo até se abrir para áreas como televisão (em anexo na página 29 publicações que fizeram história no jornalismo cultural).

Apesar dos problemas enfrentados, as seções culturais dos jornais diários e revistas semanais do país continuam mantendo um patamar mínimo de qualidade. Num país que tem tão poucas revistas e tablóides culturais sofisticados, esses cadernos são uma resistência.

Não se tem notícia de uma revista de cultura semanal, que mescle reportagens, perfis, críticas, colunas e serviços, à maneira de uma New Yorker ou Spectator. Os livros como extensões do trabalho do jornalismo cultural é uma tendência crescente e bem – vinda.

5.4 Apoio ao artista local X Tipo de programação

Como telespectador, há a impressão de que, a programação cultural divulgada por se concentrar nos eventos do Plano Piloto é devido ao descaso aos demais. Márcia aponta o equívoco.

Ela diz que não só prioriza os eventos das cidades satélites, como também oferece espaço na emissora para que os artistas sem condições gravem seu material. Isso mostra total apoio ao artista, principalmente por aqueles que estão batalhando por um espaço no mercado, na mídia. Mesmo assim acontece dela não ter material para divulgar o que resulta na divulgação de outros eventos para preencher aquele espaço. Essa falta de material se deve ao fato da jornalista não correr atrás do mesmo, ela espera até que chegue a ela.

5.5 Tempo – Espaço – Critérios de divulgação

O espaço dedicado à cultura depende do tempo que eles dispõem para ela. Há um limite de dois minutos e meio diários que devem ser respeitados. Márcia Witczak destaca ainda o fato de serem recebidos todo tipo de material e por isso se faz necessário haver um criterioso processo de seleção do que será ou não divulgado (em anexo da página 36 a 42, amostragem das mais diversas formas de recebimento de material, como fax e e-mail com releases em arquivo ou no próprio corpo da mensagem).

Foi adotado um critério que consiste na avaliação dos releases recebidos, o que significa estar totalmente sob a responsabilidade da pessoa que deseja ter o trabalho reconhecido, fazer um release bem estruturado, contendo as informações necessárias para que o público possa efetivamente conferir a atração. A falta disso resulta num release descartado, finaliza a jornalista (ver no apêndice, página 44 entrevista na íntegra com a jornalista).

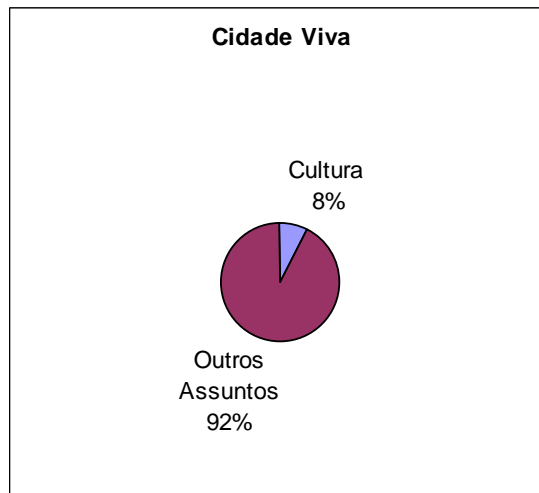
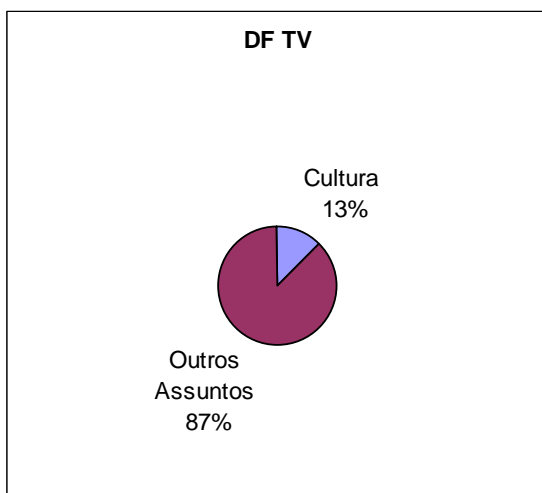
6 Resultados

Analizados os telejornais diários DF TV da Rede Globo e Cidade Viva do SBT, com 30 minutos de duração por dia cada, no período de 30 dias (entre os dias 29/01 e 09/03), foram possíveis os seguintes resultados:

Espaço da cultura

(Peres, 2007)

	DF TV	Cidade Viva
Semana I	0:11:00	0:05:30
Semana II	0:15:10	0:21:30
Semana III	*0:39:36	0:08:33
Semana IV	0:10:09	0:10:30
Total	1:15:55	0:46:03
Outros Assuntos	08:44:05	09:13:57
Tempo programação	10:00:00	10:00:00

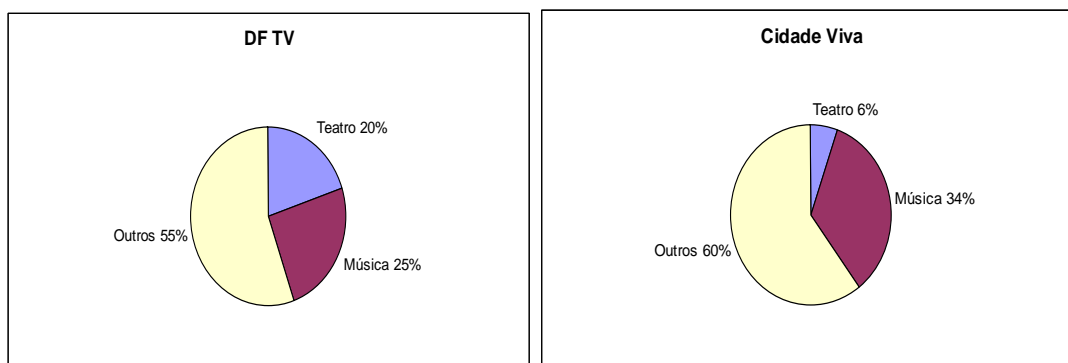


*Enquanto as demais semanas foram analisadas de segunda à sexta, nesta, para efeito de comparação, foi acrescentada a edição de sábado com o intuito de verificar se haveria diferença relevante.

Análise do espaço da cultura

(Peres, 2007)

Semana	Tipo	DF TV	Cidade Viva
Semana I	Teatro	00:05:24	00:00:13
	Música	00:06:04	00:00:00
	Outros	00:00:00	00:04:30
Semana II	Teatro	00:02:22	00:00:34
	Música	00:02:37	00:03:35
	Outros	00:13:15	00:08:02
Semana III	Teatro	00:06:17	00:00:00
	Música	00:04:03	00:03:16
	Outros	00:30:03	00:01:44
Semana IV	Teatro	00:01:51	00:00:54
	Música	00:06:50	00:03:23
	Outros	00:00:59	00:03:44
Total Teatro		00:15:54	00:01:41
Total Música		00:19:34	00:10:14
Total Outros		00:44:17	00:18:00

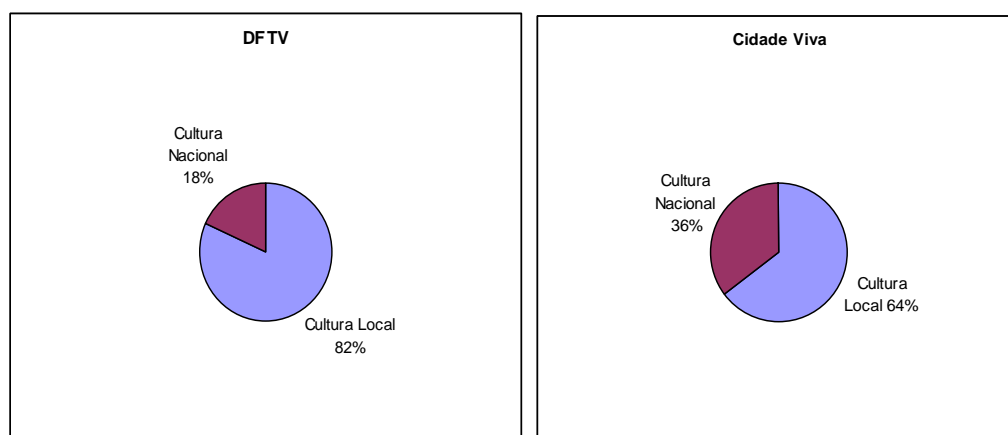


Teatro e música durante o período de análise tiveram espaço garantido durante as semanas analisadas, portanto todas as demais atrações foram classificadas como “outros” ficando com a maior parte do espaço de divulgação.

Espaço para cultura local

(Peres, 2007)

	DF TV	Cidade Viva
Semana I	00:10:11	00:03:13
Semana II	00:09:22	**00:11:11
Semana III	*00:35:08	00:05:00
Semana IV	00:07:27	00:10:16
Total Cultura Local	1:02:08	0:29:40
Outros Assuntos Cultura	00:13:47	00:16:23
Total Cultura	01:15:55	00:46:03



* Destaque para o grupo de teatro “Os Melhores do Mundo” numa entrevista abrangente cujo foco não foi apenas o teatro em Brasília, mas também o destaque de dois atores da companhia num humorístico da emissora veiculado nacionalmente.

**Extensa entrevista com o Secretário Adjunto de Cultura: Beto Sales, abordando os projetos culturais para o DF, onde a âncora do telejornal e a jornalista Helena chagas questiona a questão cultural da cidade com perguntas sob os mais diversos aspectos. Beto fala da importância de cultura para a cidade, para a população. Ocupou quase 50% da edição do dia 06/02 do Cidade Viva.

Conclusão

Pesquisa finalizada, é possível afirmar que a hipótese inicial se confirma mas não por responsabilidade das emissoras e sim do público. Atitude correta em ouvir aqueles que são responsáveis pela repercussão dos telejornais. Só houve engano na questão de ser priorizado o Plano Piloto. Isso de fato ocorre, não pela emissora querer divulgar uma programação elitista e sim pela falta do que divulgar das cidades satélites que tem total prioridade.

A cultura só não ganha maior espaço devido a pedidos do público pelo factual em destaque.

Apesar do risco de perda na qualidade da análise como um todo, devido as dificuldades ao longo do processo de pesquisa, isso não ocasionou desânimo, pelo contrário, resultou em um maior estímulo e vontade de manter o padrão inicialmente planejado. De fato isso ocorreu, todos os aspectos pretendidos foram analisados.

Por se tratar de comparação, poderia ser possível eleger entre os dois telejornais o que melhor atende quanto à cultura, mas como visto nos resultados há oscilações relevantes, quantitativamente falando. Ora o jornalístico do SBT leva vantagem, ora o da Rede Globo.

Em termos de melhoria há sempre muito a ser feito, a começar por programação cultural mais profunda, densa, que exija cada vez mais preparo do profissional. Toda essa transformação aos poucos, claro, para habituar o público que recebe todos os dias essas notícias e precisa ser bem atendido.

O jornalismo Cultural precisa urgentemente ganhar o reconhecimento devido, mostrando a importância que tem perante à sociedade.

O profissional da área tem que mostrar cada vez mais interesse em buscar as notícias, não se rendendo ao mais simples, para mostrar que não é um profissional acomodado.

Cabem às emissoras repensar a programação delas mais um pouco e fazer programas específicos para cultura nos moldes aqui descritos que já foram sucesso.

Referências

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Telejornalismo: Os segredos da notícia na TV**. Rio de Janeiro: Campus, 2002. 252p.

CURADO, Olga. **A notícia na TV: O dia-a-dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo: Alegro, 2002. 194p.

Busca, site de. **Google**: história do telejornalismo no Brasil

Paternostro, Vera Íris. **O texto na TV: Manual de Telejornalismo**. 6ª Tiragem. Rio de Janeiro: Campus, 1999. 158p.

Pena, Felipe. **1000 perguntas: Jornalismo**. Rio de Janeiro: Ed. Rio, 2005. 240p.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2003. 143p.

YORKE, Ivor. Jornalismo diante das câmeras. **Vol.58. São Paulo: Summus, 1998. 201p.**

Apêndice

Entrevista Márcia Witzak

Apêndice A

Entrevista com Márcia Witzak – Editora “Diversão & Arte” do DF TV (Globo)

Jornalismo Cultural – O espaço da cultura no telejornalismo do DF

A programação cultural elitizada, é mais divulgada devido a que?

As cidades satélites sempre têm prioridade, mas não chega material desses locais. Eu não corro atrás, o que conta é o que eu recebo. Há um site e um e-mail específico para a agenda, e além do e-mail é possível divulgar material via fax ou levando na emissora.

Por que não promover uma divisão mais igualitária nos telejornais, dando tanto espaço para cultura quanto para os demais assuntos?

O espaço para cultura foi reduzido á partir de pedido do público que quer ver as notícias que julgam ser mais importantes, de maior impacto para a população. Inevitável: os artistas reclamam. Não existe repórter específico de cultura. Além de editora da Agenda também sugiro pautas sobre cultura pro telejornal. A agenda é exibida de quarta-feira à sábado(sendo duas agendas aos sábados).

Como vocês dividem a divulgação dos artistas locais e nacionais?

Em Brasília temos o privilégio de sermos os únicos que podemos falar de artistas de todo o Brasil. Pelo fato dos artistas nacionais virem menos à cidade, eles tem que ser divulgados. Os demais, artistas locais, que se apresentam sempre, fazemos um revezamento para não divulgar os mesmos toda semana.

Qual a audiência que alcançam? Na parte cultural, é considerável o índice?

O DF TV 1ª edição alcança de 20 a 22 pontos de audiência em média e 47% dos televisores ligados no horário. Há um aumento na audiência à medida que os telespectadores vão chegando em casa para o almoço. A dúvida que resta é se esse aumento só se deve ao horário de almoço ou também o interesse na agenda.

Quais os critérios de seleção do material?

Primeiramente se tratar, sobretudo de música, teatro e dança. Temos que atentar também para não ultrapassar o limite de dois minutos e meio diários. Cuidado para não repetir o que já foi divulgado, mas o fator determinante para entrar ou não é o release: se recebermos algo desorganizado, mal-feito e incompleto, descartamos no ato. Outro ponto importante é na produção do material do artista: muitas vezes eles não têm condição e nós oferecemos nossa estrutura para eles gravarem a performance deles. Destaque àqueles que se apresentam sempre.

Qual o perfil das notícias recebidas?

Não existe um perfil definido, um padrão, recebemos de tudo.